

ных, административных, субъективных, технологических рисков. Недооценка или игнорирование рисков на различных этапах реализации проекта может привести к увеличению временных и материальных затрат, а результат, запланированный автоматизацией, не будет достигнут.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Новости ИТ-рынка в России от TAdviser [Электронный ресурс] // Информационный портал. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php/> Статья: Внедрение\_системы\_электронного\_документооборота:\_риски\_и\_способы\_их\_преодоления. – Дата доступа: 14.11.2018.
2. ЕСМ портал [Электронный ресурс] // Информационный портал. – Режим доступа: <http://www.ecm-portal.ru/practice/mistakes/514/>. – Дата доступа: 23.11.2018.
3. CYBERLENINKA [Электронный ресурс] // Научная библиотека открытого доступа. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/riski-vnedreniya-sistemy-elektronno-go-dokumentoooborota-i-sposoby-ih-preodoleniya>. – Дата доступа: 18.11.2018.

УДК 339.137

Студ. В.А. Каратаева

Науч. рук. ассист. М.А. Дудан

(кафедра экономики и управления на предприятиях, БГТУ)

### **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В современных условиях экономического развития, проблема повышения конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике государства. Создание конкурентных преимуществ перед соперником становится стратегическим направлением деятельности государства и его органов в области обеспечения конкурентоспособности национальной экономики. Несмотря на большое количество факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, все же основным и определяющим из них остается его способность производить конкурентоспособную продукцию и создавать условия для ее продвижения на рынок.

Конкурентоспособность является критерием, наиболее полно отражающим эффективность деятельности экономического субъекта. Для успешной конкурентной борьбы предприятиям необходимо не только обновлять технологии и технологическое оборудование, изучать внутренний и внешний рынок и вести маркетинговые исследования, а также выявлять свои возможности, слабые стороны и уязвимые

места конкурентов.

Важную роль в рыночной экономике играет конкуренция. Конкуренция приводит к тому, что ограниченные ресурсы используются более полно и эффективно, они устремляются в те отрасли, которые производят необходимую для потребителя и рентабельную для товаропроизводителя продукцию. Конкуренция носит всеобщий характер, она затрагивает все страны мира, их экономику, социальные отношения, науку и культуру, все организации и отрасли, всех товаропроизводителей. Конкуренция служит одним из важнейших способов повышения эффективности как экономической системы в целом, так и всех ее звеньев.

Наличие конкуренции на рынке товаров и услуг требует от предприятия обеспечения определенных конкурентных преимуществ. Под конкурентными преимуществами понимаются факторы, использование которых в конкретной ситуации (на данном рынке, сегменте в определенный срок и др.) позволяет организации обрести более высокий, чем у конкурентов, уровень рентабельности. К конкурентным преимуществам можно отнести природные ресурсы, квалификацию кадров, уровень технологии, качества, каналы сбыта, торговые марки.

В условиях насыщенности товарных рынков, превышения на них предложения над спросом каждый продукт вынужден вести борьбу за предпочтение потребителя. Множество продуктов одновременно предлагают одинаковые или разные способы удовлетворения одной и той же потребности покупателя на равных или незначительно изменяющихся ценовых условиях. В этой ситуации предпочтение потребителем отдается именно тому, который определяется как конкурентоспособный.

Конкурентоспособность продукции – это совокупность качественных и стоимостных характеристик продукции, обеспечивающая удовлетворение конкретной потребности покупателя и позволяющая потеснить аналогичные товары предприятий-конкурентов на целевом рынке [1].

Как правило, для достижения конкурентной продукции усилия направляются на следующие цели:

- повышение качества;
- снижение издержек производства;
- повышение экономичности и оперативности послепродажного оборудования;
- стимулирование маркетинговых усилий.

В настоящее время предприятия добиваются конкурентных преимуществ посредством инноваций, которые проявляются в создании

нового продукта, в новой стратегии маркетинга, новом процессе производства, в инвестициях в человеческий капитал и т. п. После достижения конкурентных преимуществ на рынке предприятие может удержать их только путем постоянного совершенствования своей продукции. Инновации становятся стратегическим ресурсом предприятия и считаются одним из важнейших факторов достижения конкурентного преимущества. Управление инновациями можно осуществлять через управление производительностью механизированных процессов (машин), снижением материалоемкости, энергоемкости, затрат, повышением качества и др. [2].

Одним из самых сложных методов повышения конкурентоспособности продукции является управление производительностью механизированного процесса (машин).

Управление производительностью механизированного процесса (машины) представляет собой перевод этого процесса из одного состояния в другое. При этом управление должно быть целенаправленным. Для правильного выбора характера и направленности управленческих воздействий необходимо знать не только цель, не только конечное состояние, но и текущие характеристики исследуемых процессов. Только в этом случае может быть выбран правильный путь совершенствования механизированного процесса и приняты рациональные решения.

При анализе производительности машин определяется достигнутый уровень их использования, выявляются резервы и основные направления их реализации. Решаются эти вопросы с помощью показателей, которые пригодны для оценки использования машин, например, увеличение продолжительности работы оборудования, сокращение простоев, повышение коэффициента сменности, улучшение использования мощности и др. Выявление резервов, связанных с использованием машин, как правило, требует индивидуального подхода к отдельной машине или группе однородных машин, к определению их состояния и конкретных условий эксплуатации. Учесть эти особенности можно с помощью моделей, увязывающих технико-экономические характеристики производства и эксплуатации машин с их производительностями [2].

Планирование производительности машин сводится к тому, чтобы установить оптимальные в данных условиях показатели производства и эксплуатации этих машин. Планирование при этом может осуществляться как методом прямого расчета, так и по факторам.

Таким образом, можно отметить, что конкурентоспособность продукции – понятие относительное, особенно в динамике. Она зави-

сит от конкретных условий, складывающихся на том или ином рынке (состояние рынка, его доступность, вид продукции, условия продаж и платежа). Вместе с тем конкурентоспособность – понятие комплексное. Чтобы обеспечить лидирующее положение организации на рынке, необходимо опережать конкурентов в разработке и освоении новых товаров и технологий, нового дизайна, нового уровня издержек производства, цен, нововведений в системе распределения и сбыта. Одним из решений является управление инновациями, так как инновации становятся стратегическим ресурсом предприятия и являются одним из важнейших факторов достижения конкурентного преимущества продукции.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Воробьева, Л.В. Теории конкуренции и современные основы конкурентоспособности: учеб. пособие / Л.В. Воробьева. – Минск: Акад. управления при Президенте Респ. Беларусь.
2. Кудрявцев К.А. Способы повышения конкурентоспособности предприятий // Креативная экономика. – 2010. – № 12 (48). – С. 123–128.

УДК 331.103

Студ. В.А. Каратаева

Науч. рук. проф. Т.Н. Долинина

(кафедра экономики и управления на предприятиях, БГТУ)

#### **ГИБКИЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА**

Гибкость организации труда означает изменение внутрифирменной системы разделения труда быстро и без затрат, путем перевода работников с одной должности на другую.

Модели гибкой организации труда разрабатываются рядом научно-исследовательских центров, занимающихся проблемами изучения кадров, в Великобритании, Италии и Германии. Ее обеспечивает гибкость численности членов организации. Речь идет о способности организации или ее подразделения регулировать (постоянно изменять) численность работников, принимающих участие в достижении значимых и декларируемых целей. Другими словами, организация должна быть способна полностью обеспечивать специалистами-профессионалами отдельные участки работ, а после их окончания направлять работников на другие участки. Причем здесь не имеется в виду случайный труд, наем работников лишь для решения конкретных проблем. Напротив, персонал организации может отличаться достаточным постоянством, обеспечивая достижение цели путем участия требуемого числа специалистов только на необходимых в данный момент участках работы. По-